

1	2	3
„10.	Pieluchomajtki lub zamiennie pieluchy anatomiczne do 60 sztuk miesięcznie dla dorosłych i dzieci powyżej 3 roku życia: — z głębokim upośledzeniem umysłowym, w zespołach otępiennych o różnej etiologii — z postępującymi chorobami układu nerwowego z pęcherzem neurogennym, zaburzeniami mikcji zwieraczy, wadami rozwojowymi, przepuklinami oponowo-rdzeniowymi, przepuklinami oponowo-mózgowymi, wycisowaniem pęcherza	30 % raz na 1 miesiąc”

§ 2. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.

Minister Zdrowia: w z. *M. Piróg*

783

ROZPORZĄDZENIE MINISTRA ZDROWIA

z dnia 7 sierpnia 2000 r.

zmieniające rozporządzenie w sprawie sposobu ustalania wysokości zaliczek przekazywanych Kasom Chorych w 2000 r. przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych oraz trybu i terminów ich rozliczania.

Na podstawie art. 169c ust. 6 ustawy z dnia 6 lutego 1997 r. o powszechnym ubezpieczeniu zdrowotnym (Dz. U. Nr 28, poz. 153 i Nr 75, poz. 468, z 1998 r. Nr 117, poz. 756, Nr 137, poz. 887, Nr 144, poz. 929 i Nr 162, poz. 1116, z 1999 r. Nr 45, poz. 439, Nr 49, poz. 483, Nr 63, poz. 700, Nr 70, poz. 777, Nr 72, poz. 802, Nr 109, poz. 1236 i Nr 110, poz. 1255 i 1256 oraz z 2000 r. Nr 12, poz. 136 i Nr 18, poz. 230) zarządza się, co następuje:

§ 1. W rozporządzeniu Ministra Zdrowia z dnia 30 grudnia 1999 r. w sprawie sposobu ustalania wysokości zaliczek przekazywanych Kasom Chorych w 2000 r. przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych oraz trybu i terminów ich rozliczania (Dz. U. Nr 112, poz. 1322) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w § 2 na końcu dodaje się wyrazy „z zastrzeżeniem § 2a”;
- 2) po § 2 dodaje się § 2a w brzmieniu:
„§ 2a. Rozliczenia zaliczek po II kwartale 2000 r. dokonuje się 20 września 2000 r.”;

3) w § 4 na końcu dodaje się wyrazy „z zastrzeżeniem § 5 ust. 1a”;

4) w § 5:

- a) w ust. 1 na końcu dodaje się wyrazy „z zastrzeżeniem ust. 1a”;
- b) po ust. 1 dodaje się ust. 1a w brzmieniu:
„1a. W przypadku, o którym mowa w § 2a, bierze się pod uwagę składki zidentyfikowane do 20 września 2000 r.”;
- c) w ust. 2 i 3 po wyrazach „ust. 1” dodaje się wyrazy „i 1a”.

§ 2. Rozporządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

Minister Zdrowia: w z. *M. Piróg*

784

ROZPORZĄDZENIE KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI

z dnia 6 lipca 2000 r.

w sprawie sposobu prowadzenia działalności reklamowej i telesprzedaży w programach radiowych i telewizyjnych oraz szczegółowych zasad ograniczeń w zakresie przerywania filmów fabularnych i telewizyjnych w celu nadania reklamy lub telesprzedaży.

Na podstawie art. 16 ust. 4 i art. 16a ust. 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 1993 r. Nr 7, poz. 34, z 1995 r. Nr 66, poz. 335 i Nr 142,

poz. 701, z 1996 r. Nr 106, poz. 496, z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770, z 1999 r. Nr 90, poz. 999 oraz z 2000 r. Nr 29, poz. 356 i 358) zarządza się, co następuje:

§ 1. Ilekroć w rozporządzeniu jest mowa o ustawie, rozumie się przez to ustawę z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 1993 r. Nr 7, poz. 34, z 1995 r. Nr 66, poz. 335 i Nr 142, poz. 701, z 1996 r. Nr 106, poz. 496, z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770, z 1999 r. Nr 90, poz. 999 oraz z 2000 r. Nr 29, poz. 356 i 358).

§ 2. 1. Dzienny czas nadawania programu w rozumieniu art. 16 ust. 2 i 3 ustawy obejmuje okres 24 godzin liczony od godziny 6⁰⁰.

2. Godzina dziennego czasu nadawania programu w rozumieniu przepisów, o których mowa w ust. 1, oznacza godzinę zegarową.

3. W przypadku nadawania programu przez niepełną godzinę, dopuszczalny godzinowy czas nadawania reklam i telesprzedaży ulega proporcjonalnemu skróceniu.

§ 3. Do czasu nadawania programu zalicza się audycje, reklamy, telesprzedaż i inne przekazy określone w ustawie.

§ 4. 1. Reklama i telesprzedaż powinny być wyodrębnione od innych części programu i oznaczone w sposób wizualny lub dźwiękowy na początku i na końcu bloku.

2. Oznaczenie reklamy powinno zawierać słowo „reklama” lub „ogłoszenie”.

3. Oznaczenie telesprzedaży powinno zawierać słowo „telesprzedaż” lub „telezakupy”, chyba że telesprzedaż nadawana jest łącznie z reklamami w bloku oznaczonym zgodnie z ust. 1 i 2.

4. Oznaczeń reklamy i telesprzedaży nie wlicza się do czasu nadawania reklamy i telesprzedaży.

§ 5. Przy podejmowaniu decyzji o nadaniu reklamy lub telesprzedaży nadawca powinien uwzględnić charakter audycji poprzedzających i następujących po przekazach.

§ 6. W reklamach zakazane jest wykorzystywanie głosu lub wizerunku osób, które prowadziły audycje informacyjne i publicystyczne lub audycje dla dzieci w programie radiowym lub telewizyjnym w okresie krótszym niż 3 miesiące przed nadaniem reklamy.

§ 7. 1. Nadawca nie może przenieść na inną osobę prawa do podejmowania decyzji o nadaniu reklamy lub telesprzedaży w sposób prawnie wiążący dla nadawcy.

2. Nadawca nie może udostępnić więcej niż 35% czasu wykorzystywanego na reklamy w okresie jednego roku na reklamę produktów i usług jednego przedsiębiorcy lub ugrupowania gospodarczego.

§ 8. 1. Nadawca prowadzi ewidencję dziennego i godzinowego czasu nadawanych reklam i telesprzedaży, a także czasu udostępnionego poszczególnym przedsiębiorcom.

2. Ewidencja nadanych reklam i telesprzedaży obejmuje następujące dane:

- 1) nazwę produktu lub usługi,
- 2) nazwę zleceniodawcy,
- 3) datę emisji,
- 4) godzinę emisji i czas trwania reklamy i telesprzedaży,
- 5) czas trwania bloku reklamowego i telesprzedaży,
- 6) łączny czas trwania reklam w godzinie zegarowej,
- 7) dzienny czas nadawania programu, reklam i telesprzedaży,
- 8) dzienną liczbę wyemitowanych bloków telesprzedaży.

3. Nadawca przechowuje ewidencję, o której mowa w ust. 1, przez okres 1 roku od zakończenia roku kalendarzowego, w którym reklama lub telesprzedaż została nadana.

§ 9. 1. Filmy fabularne i telewizyjne (z wyjątkiem seriali i audycji rozrywkowych) trwające ponad 45 minut mogą być przerywane w celu nadania reklamy lub telesprzedaży wyłącznie jeden raz podczas każdego pełnych 45 minut. Kolejne przerwy w celu nadania reklamy lub telesprzedaży są dopuszczalne, jeżeli film trwa co najmniej 20 minut dłużej niż dwa lub kilka pełnych 45-minutowych okresów.

2. Filmy fabularne i telewizyjne rozpowszechniane w programach przeznaczonych wyłącznie dla widzów w Rzeczypospolitej Polskiej mogą być przerywane w celu nadania reklamy lub telesprzedaży, jeżeli okres pomiędzy kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi co najmniej 20 minut.

3. Filmy fabularne i telewizyjne (z wyjątkiem seriali i audycji rozrywkowych) mogą być przerywane w celu nadania reklamy lub telesprzedaży, jeżeli okres pomiędzy kolejnymi przerwami w danej audycji wynosi co najmniej 20 minut, z tym że w okresie pierwszych 45 minut mogą one być przerywane jednokrotnie w dowolnym czasie.

4. Za czas trwania filmu uważa się rzeczywisty czas jego trwania.

§ 10. 1. Rozporządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia, z wyjątkiem § 9 ust. 1 i 2, który wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2003 r.

2. Do chwili wejścia w życie przepisów § 9 ust. 1 i 2 do przerywania filmów fabularnych i telewizyjnych stosuje się zasady określone w § 9 ust. 3 rozporządzenia.

3. Przepis § 9 ust. 3 traci moc z dniem 1 stycznia 2003 r.

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji:

J. Braun